nieuws

Jumbo ontketent nieuwe prijzenoorlog in Nederland

nieuws

In Nederland is de supermarktketen Jumbo een prijzenoorlog gestart door een honderdtal vaak gekochte merkproducten permanent in prijs te verlagen. Daardoor kosten die producten zoals zo'n 10 procent minder dan bij concurrenten Super de Boer en C1000 die hebben aangekondigd dat ze hun prijzen waar nodig ook zullen aanpassen.

30 MEI 2009 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:08

Lees meer over:
distributie

In Nederland is de supermarktketen Jumbo een prijzenoorlog gestart door een honderdtal vaak gekochte merkproducten permanent in prijs te verlagen. Daardoor kosten producten zoals Coca-Cola, Heineken en Actimel er zo'n 10 procent minder dan bij concurrenten Super de Boer en C1000 die hebben aangekondigd dat ze hun prijzen waar nodig ook zullen aanpassen. Albert Heijn zegt niet mee te willen gaan in de prijzenslag.

Jumbo is een onruststoker in de Nederlandse supermarktwereld. Sinds vrijdag stunt de keten met een permanente prijsverlaging op 28 merken, in totaal zo'n 100 producten, gaande van dierenvoeding en frisdrank tot chocopasta. Hiermee voert het een rechtstreekse aanval uit op zijn concurrenten. In Nederland is de prijszetting immers vrij en mag er onder de kostprijs worden verkocht. Door deze praktijken dreigen er faillissementen en overnames.

Ook de Belgische supermarktketens in het grensgebied vrezen de concurrentie van de Nederlandse supermarktketen, want in België is het verboden om onder de kostprijs te verkopen. "We adverteren niet in België, maar we hopen natuurlijk wel dat er nog meer Belgen komen", zegt Lily van den Berg van Jumbo. Net over de grens zijn er onder meer winkels in Weert, Valkenswaard, Luyksgestel, Stein en Maastricht.

Nederlandse consumenten staan er bekend om dat ze bij hun aankopen vooral letten op de prijs. “Belgen zijn toch meer kwaliteitsbewust. Maar langs de andere kant, wie is er niet gevoelig voor een koopje?”, vraagt de Nederlandse retailspecialist Gerard Rutte zich af. “Toch wil ik consumenten eraan herinneren dat supermarkten geen liefdadigheidsinstellingen zijn. Wat ze links goedkoper prijzen, nemen ze rechts terug. Die stuntprijzen zijn lokmiddelen, maar ze werken blijkbaar nog altijd”.

Bron: Het Belang van Limburg

VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact

M • info@vilt.be

Volg ons op:

screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/
screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/
screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our bluesky page: https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

---

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |
Privacy policy
Copyright
Cookie Policy
Cookie instellingen aanpassen

Crafted by Brigada